

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil uji data penelitian di Bab IV yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai *Intervening* pada Nasabah Pengguna M-BCA” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Service Quality* terhadap *e-Satisfaction*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Service Quality* yang diberikan perusahaan maka akan meningkatkan *e-Satisfaction* nasabah Pengguna m-BCA
2. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Trust* terhadap *e-Satisfaction*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Trust* yang diberikan perusahaan maka akan meningkatkan *e-Satisfaction* nasabah Pengguna m-BCA
3. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Satisfaction* yang timbul dalam nasabah, maka akan meningkatkan *e-Loyalty* nasabah Pengguna m-BCA.
4. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Service Quality* terhadap *e-Loyalty*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Service Quality* yang diberikan perusahaan, maka akan meningkatkan *e-Loyalty* nasabah Pengguna m-BCA.

5. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Trust* terhadap *e-Loyalty*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Trust* yang diberikan perusahaan, maka akan meningkatkan *e-Loyalty* nasabah Pengguna m-BCA.
6. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Service Quality* melalui *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Service Quality* yang diberikan perusahaan, maka akan berdampak kepada *e-Satisfaction* serta meningkatkan *e-Loyalty* nasabah Pengguna m-BCA.
7. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *e-Trust* melalui *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty*. Dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-Trust* yang diberikan perusahaan, maka akan berdampak kepada *e-Satisfaction* serta meningkatkan *e-Loyalty* nasabah Pengguna m-BCA.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah direkap dan direkap dalam analisis deskriptif pada Bab IV diketahui bahwa:

1. Hasil jawaban variabel *e-Service Quality*, responden paling banyak memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dimana yang paling banyak mendapatkan jawaban setuju adalah pernyataan “aplikasi ini menangani masalah atau keluhan nasabah dengan cepat” sebanyak 89 atau 59,3% dan jawaban yang paling banyak mendapat jawaban sangat setuju adalah pernyataan “aplikasi ini berlaku jujur atas setiap penawaran layanan yang

diberikan” sebanyak 61 atau 40,7%. Hal tersebut benar menunjukkan hasil yang positif.

Namun, dapat diketahui pula masih terdapat beberapa indikator pernyataan yang mendapatkan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju paling banyak ada pada indikator pernyataan “aplikasi m-BCA tidak mengalami *error/ crashing*” sebanyak 4 atau 2,7% sangat tidak setuju dan sebanyak 13 atau 8,7% menjawab tidak setuju. Dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa responden masih merasakan adanya kendala *error/crashing* dalam aplikasi m-BCA yang mungkin mengganggu aktivitas transaksi dalam keseharian mereka.

Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan aplikasi m-BCA salah satunya dengan memberikan pelatihan bagi karyawan atau dapat merekrut tenaga ahli berpengalaman dalam bidang teknologi informasi (IT) agar dapat meningkatkan kualitas layanan aplikasi m-BCA untuk meminimalisir kendala *error/crashing* yang terjadi sehingga nasabah yang menggunakan aplikasi ini dapat selalu merasa nyaman dan akan berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah.

2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah direkap pada Bab IV diketahui bahwa hasil jawaban variabel *e-Trust*, responden paling banyak memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dimana yang paling banyak mendapatkan jawaban setuju adalah pernyataan “Jika ada masalah, saya percaya situs ini akan melakukan segala upaya untuk menyelesaikannya”

sebanyak 86 atau 57,3% dan jawaban yang paling banyak mendapat jawaban sangat setuju adalah pernyataan “Saya percaya bahwa situs ini merupakan situs yang jujur” sebanyak 49 atau 32,7%. Hal ini benar menunjukkan hasil yang positif.

Namun, dapat diketahui pula masih terdapat indikator pernyataan yang mendapatkan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju paling banyak ada pada indikator pernyataan “Saya percaya situs aplikasi ini akan menjaga komitmennya” sebanyak 4 atau 2,7% menjawab sangat tidak setuju dan sebanyak 7 atau 4,7% menjawab tidak setuju. Dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa responden masih memiliki rasa kurang percaya terkait pada kendala perusahaan yang kurang menjaga komitmennya dalam dunia perbankan yang dirasakan nasabah.

Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat memenuhi segala kebutuhan transaksi keuangan *digital* nasabah dengan cepat dan efisien, perusahaan juga harus dapat menjaga komitmennya untuk melakukan penggantian 100% apabila terjadi hal-hal yang merugikan nasabah akibat dari kesalahan pihak bank. Sehingga nasabah akan merasa nyaman dan aman serta lebih percaya untuk menggunakan m-BCA.

3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah direkap pada Bab IV diketahui bahwa hasil jawaban variabel *e-Satisfaction*, responden paling banyak memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dimana yang paling banyak mendapatkan jawaban setuju adalah indikator pernyataan “Saya puas

dengan kemudahan dalam menemukan apa saja yang saya butuhkan di situs aplikasi ini” dan pernyataan “Saya puas dengan pelayanan atas *complain* di situs ini” sebanyak 85 atau 56,7%.

Kemudian indikator yang paling banyak mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu pernyataan “Saya puas dengan keamanan transaksi di situs ini (misal; keamanan dari pembobolan kartu kredit/debit, dan lain-lain)” sebanyak 64 atau 42,7%. Hal ini benar menunjukkan hasil yang positif.

Namun, dapat diketahui pula masih terdapat indikator pernyataan yang mendapatkan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju paling banyak ada pada indikator pernyataan “Saya puas dengan pengalaman bertransaksi menggunakan situs ini” sebanyak 3 atau 2,0% menjawab sangat tidak setuju dan sebanyak 5 atau 3,3% menjawab tidak setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden masih memiliki rasa kurang puas dengan pengalaman bertransaksi menggunakan aplikasi m-BCA, hal ini mungkin berkaitan dengan ketidakpuasan nasabah akibat kendala *error* yang mungkin dirasakan nasabah pada saat memakai aplikasi untuk bertransaksi sesuai dengan ketidaksetujuan responden pada indikator pernyataan dalam variabel *e-Service Quality* yaitu “aplikasi mengalami kendala *error/crashing*”.

Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar terus meningkatkan kualitas layanan m-BCA agar tidak mengalami kendala dan dapat digunakan dengan efektif kapanpun dan

dimanapun. Sehingga nasabah akan merasa puas dengan pengalaman bertransaksi menggunakan aplikasi m-BCA.

4. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah direkap pada Bab IV diketahui bahwa hasil jawaban variabel *e-Loyalty*, responden paling banyak memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dimana yang paling banyak mendapatkan jawaban setuju adalah indikator pernyataan “Saya bersedia bertransaksi kembali dengan situs aplikasi ini di masa depan” sebanyak 71 atau 47,3%.

Kemudian jawaban yang paling banyak mendapat jawaban sangat setuju adalah pernyataan “Saya sering menggunakan situs aplikasi ini” sebanyak 67 atau 44,7%. Hal ini benar menunjukkan hasil yang positif.

Namun, dapat diketahui pula masih terdapat indikator pernyataan yang mendapatkan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju paling banyak ada pada indikator pernyataan “Saya ingin merekomendasikan situs ini kepada keluarga, teman, dan kenalan saya” sebanyak 3 atau 2,0% menjawab sangat tidak setuju dan sebanyak 4 atau 2,7% menjawab tidak setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden masih belum ingin merekomendasikan aplikasi m-BCA kepada keluarga, teman dan orang yang mereka kenal, yang mungkin dikarenakan adanya ketidakpuasan dan ketidakpercayaan dari layanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah.

Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan *e-Service Quality* dan *e-Trust* terlebih dahulu guna meningkatkan *e-Satisfaction* dan akan berdampak pula kepada *e-Loyalty* nasabah, sehingga

nasabah akan merekomendasikan layanan aplikasi m-BCA kepada teman dan kerabat terdekat yang mereka kenal. Dimana jika hal tersebut terjadi tidak hanya nasabah yang diuntungkan namun perusahaan juga. Sebaiknya perusahaan

### 5.3 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang serupa dengan menggunakan keempat variabel, yaitu *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* serta *e-Loyalty*, namun pada objek lain yang berbeda, agar variabel yang terdapat dalam penelitian ini dapat terus dikembangkan.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek yang sama dengan penelitian ini, namun dengan analisis perspektif yang berbeda dan juga variabel yang berbeda.

Seperti menggunakan variabel *perceived usefulness* atau *e-CRM* (*Electronic Customer Relationship Management*) guna mengeksplorasi adanya kemungkinan variabel lain yang juga mempengaruhi *e-Loyalty*.

Karena perlu diketahui bahwa penelitian ini tidak bersifat mutlak dan abadi, dimana pada hakikatnya sebuah penelitian bersifat adaptif dan berubah sesuai dengan kondisi perkembangan zaman, ruang dan waktu.

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan penelitian dengan memperluas cakupan penelitian, model kerangka teori, kriteria responden dan jumlah responden yang berbeda.

4. Untuk peneliti selanjutnya juga dapat lebih mengeksplorasi dengan menggunakan *software* analisis data yang berbeda, seperti menggunakan WarpPLS 7.0 guna mendapatkan hasil analisis yang lebih bervariasi.

